

産・官・学・地域の協働によるシティズンシップ育成の試みⅠ ——「産学協働人材育成機構(AICE)」による消費者市民教育推進プロジェクト——

Attempts to training Citizenship through collaboration between industry, government, academia and the community I

—— Consumer Citizenship Education Project by 'Academia-Industry
Collaborated Education Organization (AICE)' ——

岡 崎 裕

Yutaka OKAZAKI

(和歌山大学)

2017年9月15日受理

1 はじめに

本論においては、2016年度より和歌山大学が組織的に加盟する、産学協働人材育成プラットフォームである「産学協働人材育成機構(AICE)」が大阪府消費生活センターより受託している『大学生期における消費者教育推進事業』に関し、その全体像と経過についてリポートするとともに、理論的・研究的視点から分析・考察を行うことを主たる目的とする。次代の担い手としての人材育成をその使命として併せ持つ大学における私たちの消費者教育の試みは、筆者を含む複数の大学教員と関係機関によってすすめてきたところであるが、事業予算の位置付けを含む複数の要因により、取り組み毎にそれぞれの制約が存在し、誰もが学習の対象となる、いわゆる「一般的」な試みには未だなり得ていない。今回の「『産学協働人材育成機構(AICE)』による消費者市民教育推進プロジェクト」では、そうした限界性を認識しつつ、大阪府の事業に沿う形で、これまでの私たちの取り組みを拡張するものとして位置づける¹。こうした一連の取り組みは、ひとえに平成24年の消費者教育推進法における中心課題である「消費者市民社会」の実現、あるいは「消費者市民」の育成促進に向けた試みであることは言うまでもない。法に示された、より大きな目標を睨みつつ、今回の事業について考察してみたい。

2 大阪府『大学生期における消費者教育推進事業』について

(1) 目的と趣旨

事業名「大学生期における消費者教育推進事業」に関し、その政策的目的について大阪府として次のような目標を掲げる²。

…消費者として自立した判断能力を備え、社会に

出た時には消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成し、主体的な活動を促進することにより、府内における消費者教育を推進する…。

ここに言う「消費者市民社会の実現」、並びに「積極的に」「主体的な」活動を行う消費者市民の育成が、消費者教育推進法の目的に沿って位置付けられていることは言うまでもない。そして、本事業において最も特徴的な「大学生」期と言う設定は、この趣旨説明から読み解けば、この世代が社会人と学生層の中間に位置するものであり、そこにある「学ぶ」主体としての側面と、加えて近い将来に「伝える」あるいは「担う」主体となることを期待した、言わば「循環型消費者教育」の象徴たる存在として想定されていることが見て取れる。

その事業概要として以下の3要件を示す。

- (1) 消費者教育・啓発に関する大学生のボランティア活動のリーダー(消費者教育学生リーダー)養成講座の実施
- (2) 大学生による消費者教育・啓発に関するボランティア活動の実施
- (3) 「大阪府消費者教育学生リーダー会」による大学生間ネットワーク形成促進のための交流会等の実施

学生による消費者教育リーダーの「養成講座」、「ボランティア活動(のコーディネート)」、「ネットワーク化」を必須要件として提起されたこの事業について、民間事業者の経験と実務能力を活用することを前提に広く事業者の公募が行われ、結果として事業の事務的管理業務を担当する「有限会社ダブル・ワークス」と、

事業の企画運営を担う「産学協働人材育成機構AICE」が大学生期における消費者教育推進事業共同企業体として受託することとなった³。

(2)プログラムの構造

筆者の所属する和歌山大学は、受託主体であるAICEの加盟大学の一つであり、筆者自身が平成24年の新法以降、一連の消費者市民教育プログラムを継続的に進めてきたことから、今回のプログラムについては「消費者教育監修・講座担当・学生リーダー会支援担当」として関わることとなり、併せて全体プログラムの設計を担うこととなった。その構造については、前記したように「循環型」であることを意図し、行政による事業の宿命たる「単年度」主義から、時間の流れの中でより継続的に成長する「持続的発展」型を目指すものとした。以下、その教育課程としての展開を示す。

- (1)消費者教育に関する「学習」〈input〉の過程
- (2)消費者教育の実務に関わる「発信」活動〈output〉の過程
- (3)養成された消費者市民としての組織化〈network〉の過程

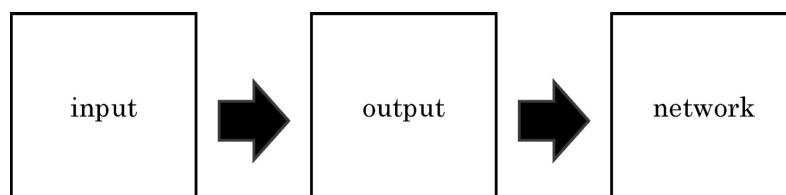
その基本構造について、最も単純に理解すれば以下(図1)のような図式となる。

求められた「仕様」は上記のようなものであるが、こうした、言わば「単線型」の教育課程は、先に述べた行政施策としての「単年度」事業の持つ限界性とも重なるものであり、事業の前提となる平成24年の「消費者教育推進法」における基本理念たる「消費者市民社会」の構築に向けた長期的な戦略を立てるにあたっては、さらに工夫が必要となる。

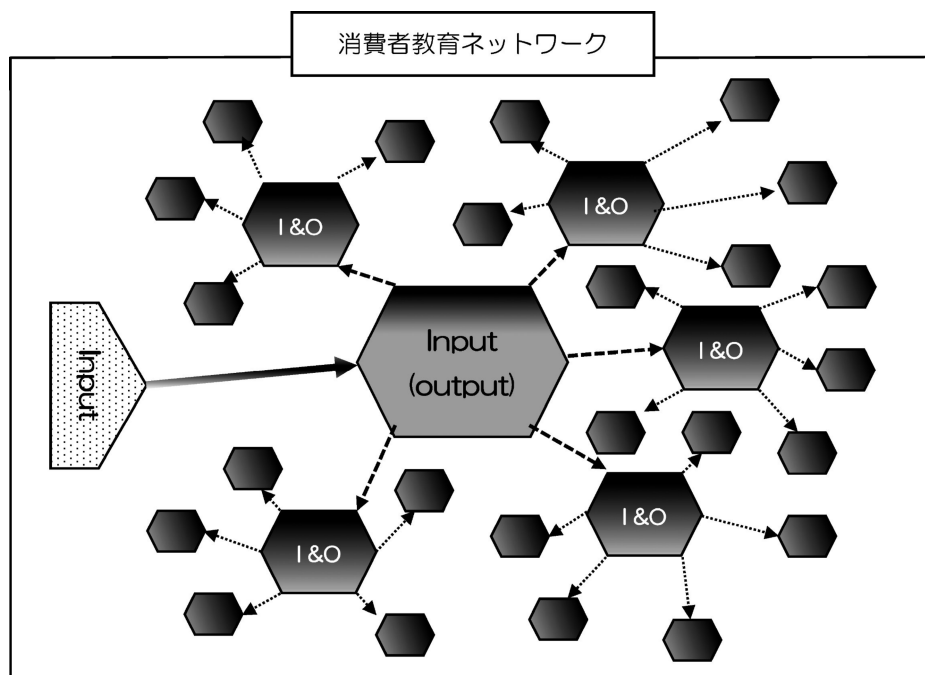
そこで私たちは、より発展的な持続可能性を求めて、(図2)のようなモデル構造を想定した。

ここに言う〈input〉とは、消費者教育における基本的な知識と消費者市民社会を目指す理論を学ぶことであり、合わせて、これを主体的に担う消費者市民としての具体的な活動の仕方を学ぶことである。〈output〉とは、学び取った知識と技能を活用しつつ、積極的の市民として自発的に消費者市民社会の構築に向けて活動することである。したがってその活動は自ずとボランティア(自発的・社会的)なものとなり、必然的に当初の要件である「ボランティア活動」が有効な意味を持つものとなる。

以上のような認識のもとにプログラムを設計し、「大学生期」とされる青年層を対象とした循環型消費者教



(図1)



(図2)

育の実践を進めることとした。

3 実施の経過

(1)事業実施の概要

本事業は本質的に大阪府の事業である。これについて大阪府は最大限の効果を期するため、当該事業の遂行について、広く外部団体の知見と経験に基づいた提案を求め、競争的審査に基づいて、結果的に「産学協働人材育成機構AICE」と「有限会社ダブル・ワークス」による「大学生期における消費者教育推進事業共同企業体」に託すこととなった。

本事業の実施にあたって以下のような取り組みを行っている。

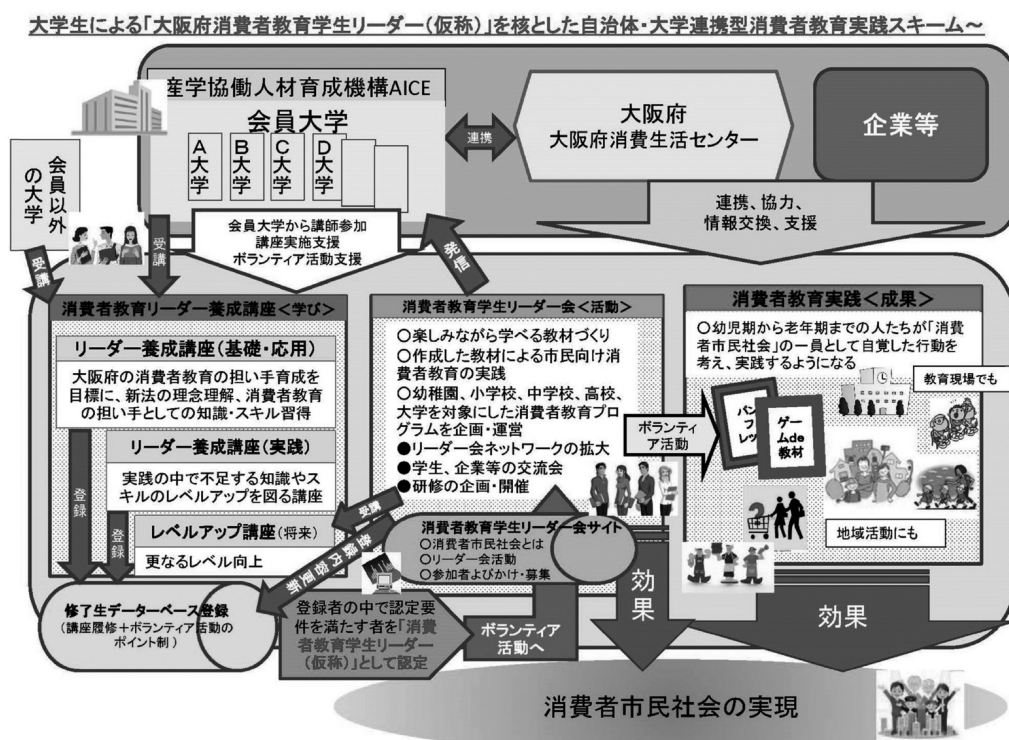
- ①大学生を対象とした消費者教育の担い手養成講座を実施し、大学生間での消費者教育・啓発を行うとともに、地域における消費者教育・啓発活動を行う大阪の消費者教育の新たな担い手リーダーとして養成
- ②府内大学の学生及び府内在住の大学生で構成するネットワークを構築
- ③学生リーダー認定要件及び認定のしくみづくり
- ④大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施
- ⑤大学生間ネットワーク形成促進及び消費者への配慮に力を入れている企業との交流を図るための交流会の実施
- ⑥上記の評価、検証

このうち要件(1)の「消費者教育の担い手養成〈input〉」については、概ね①及び③、要件(2)「ボランティア活動を含む消費者教育実務(発信)〈output〉」については④、「消費者市民教育の担い手としての組織化〈network〉」については②と⑤が、それぞれカバーすることになる。⁴

こうした一連の事業全体を構造化したものが(図3)である。

事業の骨子は、事業主体である産学協働人材育成機構(AICE)の強みを生かしたかたちで、結果的に「産・官・学」の連携組織構造を基礎として、当初の仕様に沿った〈input〉＝「消費者教育リーダー養成講座〈学び〉」、〈output〉＝「消費者教育実践〈成果〉」、〈network〉＝「消費者教育リーダー会〈活動〉」の三部構成を基軸とする。ここに履修講座ごとのポイント制やリーダーとして登録制度など、受講者のモチベーションを導くような仕掛けを施しつつ、事業の前提となる法的枠組み(消費者教育推進法の理念)としての「消費者市民社会の実現」を最終目標として位置付けている。そして、ここにおける一連の教育・学習課程は、学習者の「主体的」指向性と、主要アクターによる「対話」に基づいた実務的・実践的学習スタイル、さらに、その成果が最終的に自身の生き方の糧となるような「深い学び」につながる「循環型アクティブ・ラーニング」モデルを目指している。

プログラムの全体像については、次頁以下に示すシラバスに沿って実施した。



(図3)

消費者教育リーダー養成講座 カリキュラム

◆基礎講座 8月20日(土) 10:00~12:30 会場: 梅田シルタス17階C

日程	時限(分)	講座内容	講師(予定)
8/20 (土)	10:00 開講式 (10)	開講式	AICE企画運営委員長 鰐坂恒夫(和歌山大学 教授) 大阪府消費生活セン ター所長
	1限目 (60)	◇オリエンテーション 本講座の目的理解 ◇消費者教育の基礎理解①(講義)※1 (1)大阪府の消費相談の実情について	岡崎裕(和歌山大学 教授) ※1大阪府消費生活 センター派遣講師
	2限目 (80)	◇消費者教育の基礎理解②(講義) (1)消費者教育とは・新法がめざす消費者教育 (2)社会発展における持続可能な社会について (3)消費者問題を、自分の問題として、整理・理解する。 (ブレンストーム「消費の意義について」「消費と 教育の関係」など) ※消費者市民社会について知り、消費者教育の必要性・内容 を理解する	岡崎裕

◆応用講座 8月20日(土) 13:30~16:30 会場: 梅田シルタス17階C

日程	時限(分)	講座内容	講師(予定)
8/20 (土)	3限目 (30)	◇活動を通じた消費者教育に関する手法について①(演習) (1)新法がめざす消費者市民社会の実現に向けて、体験的 な手法に基づいた消費者教育の方法について学ぶ ○賢い消費者になるということはどういうことである かを考える	岡崎裕
	4限目 (70)	◇消費者教育の実践とその支援について(講義) (1)消費者教育を行うために必要なこと(10) (2)企業の消費者教育活動について(40) (3)市民団体の消費者教育活動について(20)	岡崎裕 川口徳子氏(日本ハ ム株式会社 デリ商品 事業部 コンシューマ 商品部販促企画課 マ ネージャー) 田中小百里氏(マザー アースソリューション代表)
	5限目 (80)	◇活動を通じた消費者教育に関する手法について②(演習) (1)発達段階に応じた消費者教育に関する「教材」をつく ろう ○「選択ジレンマ質問」を考え、ゲームの開発を通し て大阪人に楽しんでもらえるよう具体的に考えてい く。 ○子ども向けには「エコ」「ゴミ」をテーマに、大学 生向けには「被害に合わないため」「住みたい未来 社会」をテーマに、それぞれの発達段階に適した教 材となるよう工夫する。 ※子ども向け、大学生向けそれぞれチームに分かれて 演習を行う。 (2)振り返り	岡崎裕 今井浩人(株浜田総 務部) 消費者教育TA 上田慎二氏(鈴鹿大 学短期大学部生活コ ミュニケーション学 科こども学専攻准教 授)

◆実践講座Ⅰ 8月21日（日）10：00～12：30 会場：梅田シルタス17階C

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
8/21 （日）	6限目 （120）	◇実習「親子イベント」運営・開催支援（ボランティア活動）準備 （1）消費者教育リーダーの実習準備として位置付ける。 市民向けの「親子イベント」の実践支援することで、普及・啓発の役割を担うとともに、消費者教育の担い手としての役割を理解する。イベント実施団体、企業の協力を得て、そのための準備を行う。	上田慎二氏 研究協議会メンバー イベント協力団体 （マザーアースアソシエーション） 今井浩人 消費者教育TA
		◇実習「大学生向けの啓発教材」づくり（ボランティア活動）準備 （1）消費者教育リーダーの実習準備として位置付ける。 活動を通して学ぶための教材を作成する。大学生に消費者教育を広めていくためのPRパンフレットに必要な項目を考える。	岡崎裕 研究協議会メンバー 消費者教育TA
	7限目 （30）	（2）ボランティア活動論 ボランティア活動に対する理解及び、実際にボランティア活動を行う際の難しさや危険等について学ぶ	岡崎裕

◆実践講座Ⅱ 9月25日（日）10：00～12：00 会場：梅田シルタス10階D

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
9/25 （日）	8限目 （100）	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 （1）ボランティア活動論（20） ボランティア活動に対する理解及び、実際にボランティア活動を行う際の難しさや危険等について学ぶ （2）大阪府消費生活センターの現状について～行政が目指していること等を理解する（※1）（20） （3）ボランティア活動について振り返る（40） ○親子イベント ○消費者教育リーダーとして何をしたいか？について考える （4）まとめ（20） ・リーダー会活動について ・交流会について ・消費者教育啓発パンフレットづくりボランティアについて ・レポート提出について	岡崎裕 大阪府消費生活センター派遣講師 （※1）
	修了式 （20）	（1）修了式 ・本講座修了証の授与	AICE企画運営委員長 鰐坂恒夫（和歌山大学教授）

※消費者教育TA：一定レベルの消費者教育を学び修了認定を受け、消費者教育の講座支援をおこなうことができるティーチング・アシスタント（TA）をいう。今後、受講生の中でリーダー認定された人は養成講座でTAを行うことができるようになる。

※講座の下線は大阪の消費行動や大阪人気質を活かした内容にするために工夫

※講座支援として、AICE会員大学の教員が参加協力

<修了証>

上記全課程「基礎講座」「応用講座」「実践講座」を修了した者に対して、AICEから本講座の修了証を授与する。

<消費者教育学生リーダー認定>

リーダー認定については、別途認定要件を満たした者を対象に、大阪府消費生活センターから認定する。

(2)消費者教育リーダー養成講座「学び」〈input〉

「学び」〈input〉の部分を担当する消費者教育リーダー養成講座は、以下の3つのパートで構成されている。⁵

- ①基礎講座：消費者教育・消費者市民社会の基本理念を講義で学ぶ
- ②応用講座：消費者教育の手法について演習を通して学ぶ
- ③実践講座：消費者教育の担い手として実践すべきことを学ぶ

「消費者教育」を学ぶにあたり、その基礎として学生はそこにある本質的な理念を学ぶことから始める。その理念について、ここでは消費者教育における三つの側面から説き起こす。一つ目は、貨幣の持つ意義と自身の暮らしを客観的に理解する「基礎的経済教育(金銭教育)」、二つ目は、現実の問題として自分たち自身が「悪徳商法」をはじめとした経済的不法行為に直面している現実を知り、それらからの防御と回復の仕方を学ぶ、いわば「暮らしと経済の安全教育」である。そして三つ目は、平成24年の消費者教育推進法によってその中心的目標理念として掲げられた「消費者市民教育」の推進である。消費者をめぐる問題を、「わたし」にとっての被害防止にのみ限定するのではなく、社会全体の利益に繋げつつ自身の消費活動における行動原理として昇華させる。言い換えれば、「消費」をめぐる様々な事象に対し、「わたし」から「わたしたち」へと視野を拡大するということである。⁶

前述のような学びを経て、次に「応用」講座として学生は、体験的手法に基づいた演習を通じて消費者教育に関する「教材」づくりに取り組む。この段階では、企業の消費者問題担当者や地域における市民活動の担い手などからの話を聞き、当事者の生の声を通して、社会の現場における教育的ニーズを学ぶ。こうした、「体験的学び」の手法は、いわゆるアクティブ・ラーニングにおけるバリエーションのひとつである。近年における「アクティブ・ラーニング」論議の発端が、大学における授業の改革であったことからわかるように、「大学」という時期における教育の状況は、多くの場合学び手にとって「アクティブ」とは言いがたく、ここにおいて積極的市民(Active Citizen)としての主体的、自発的な活動を導く仕掛けとして、既習の理論(理念)に基づいた教材づくりを学生自身が行うのである。そのため、ここで想定される教材は、テキストブックのような固定したイメージではなく、そうした教科書的な啓発媒体も含め、歌や踊りなどのパフォーマンス、絵や写真、造形物、標語や詩など、あらゆる表現手法が想定される。⁷

そして、座学の締めくくりとして、知識やイメージに基づいた抽象的消費者教育の課題から、具体的な消

費者教育活動に向けた「実践」的学びへと進む。ここでは、もはや自身が単なる消費者教育における「学習者」ではなく、次なる世代に向けた発信者(教育者)としての立場をも併せ持つことを自覚し、自発的・積極的(ボランティア)な活動に関わってゆくための道筋を知ることになる。とはいえ、ボランティア活動に関する一定の情報と枠組みの提供は必要となるが、ここでも概ね、学習者による自発性・主体性は尊重される。具体的な活動に関する情報の提供を受けた学生は、それぞれのボランティア活動について、企画、計画、準備を逐次進めてゆくのである。⁸

(3)消費者教育の実践「発信」〈output〉

〈output〉としての消費者教育の実践(発信)にあたり、今回のプログラムにおいて用意したボランティア活動の枠組みは、以下のようなものであった。

- ①大東市KIDSマーケット事前学習内での消費者教育
- ②大学生向け消費者教育パンフレット作成
- ③追手門学院大学での消費者教育劇「AICE×STEP「谷繁」」の公演
- ④大阪府消費者フェアで消費者教育劇の実施
- ⑤和歌山大学単位互換提供科目「消費生活論」でTAとして授業支援

それぞれの詳細についてはここでは割愛するが、プログラム前段の「多様な」outputの演習が生かされるよう、ボランティア活動においても、講座の補助や演劇、資料作成など、出来るだけ多様性が確保されるよう配慮している。

ここで、本稿の前半において述べた消費者教育に関するネットワークモデル(図2)を参照する。この学習モデルにおいては、本プログラムにおける「学習」プロセス〈input〉と、学んだ事柄をプログラム上の次の世代の「教育」育成プロセスとして発信する〈output〉が一体的に展開する構造となっている。「大学生期」というような、比較的近い将来社会人として啓発(教育)する側を担うような世代を対象とする場合、そこにおける知識や技能は当然ながら「即戦力」と言うような、極めて実践的な内容に限りなく近づくべきものである。加えて、ここにおいて行われる演習は、それ自体が既に次の世代を生み出すための「実務」として位置付けられるのである。言い換えれば、インプットとアウトプットが、“学習＝教育”として、一つの事業の両面として位置付けられ、まさにそれこそが「循環型」教育課程の本質であり、「生産→(販売or流通)→消費」の社会過程を通じた市民教育を目指す「次世代型消費者教育」にとって最も重要な要素である。

(4)消費者教育学生リーダー会〈活動〉(network)

また、こうした循環型の教育モデルは、時間の流れ(次世代の連続的生成)に伴い、結果として構造的なネットワークを形成する。⁹ 今回のプロジェクトについては、大阪府の事業として位置付けられていることから、大阪府消費生活センターによる資格「大阪府消費者教育学生リーダー」の認定とともに、同「リーダー会」への加盟が期待されている。ただ、その展開について、地域的な、あるいは资格的な制約を設けることは、社会的「循環型」プログラムの本質と基本的に矛盾するところであり、この点については、事業主体である大阪府でも、将来的な組織(消費者教育学生リーダー会)の自立について、そのロードマップに位置付けている。その意味で当該ネットワークは、今後既存の枠を越えさらなる拡大が期待されるものである。

4 考察

今回の事業全体を内側から見直してみると、そこにはいくつかの特徴を見て取る事ができる。それらの特徴について、ここでは特に三つの点について考察してみたい。

(1)「大学生期」ということ

今回の事業では「大学生期」という言葉が、その表題を始め多く登場する。これは消費者市民の育成という事業の趣旨に対し、その対象について大学生ではなく、敢えて「大学生期」と表したところに意味があると考ええる。これまでの(あるいは現在でも)、特に行政の進める「消費者教育」と呼ばれる事業の多くが、いわゆる「悪徳商法」による被害の防止、あるいはそこからの回復の手立てに関する情報提供が中心であったように思われる。社会の若年層に対する啓発事業も行われてはいるものの、例えば学校教育のような既存の社会制度に介入するには、やはり一定の壁が存在する。結果として、「悪徳商法」の被害に陥りやすい高齢者がその主たる対象となり、「消費者教育」=「オレオレ詐欺(振り込め詐欺?)被害防止講座」のような形になってしまうことが多い。

今回のプログラムにおいては「大学生期」という具体的な年齢層を示したことによって、その方向性を明確にし、消費者教育のあり方をより広い年齢層に拡大するような新しい流れを持ち込んだものと言える。

(2)循環構造(Circular Structure)

先にも示したように、本プログラムは「循環型」の構造を持つ。基本的に行政による事業は、単年度(会計年度)での完結が原則であり、それが発展的指向性を持つ事業であっても、単年度における具体的成果が求められる。今回の事業において、その基本構造に「循環型」構造を位置付けたことで、これが仮に単年度のも

のであっても、その運用によって自動的に次のフェイズへとつながるような構造を意図した。平成24年の消費者教育推進法にも影響を与えた、教育における国際的な潮流である“ESD(=Education for Sustainable Development)”や“SDGs(=Sustainable Development Goals)”にある「持続可能性=Sustainability」という理念は、まさにこうした社会的「循環」にこそ実現のヒントがあると考ええるものである。

(3)拡張指向(Expandability)

前記二つの特徴にも言えることであるが、今回のプログラムは時間の流れに沿って持続、拡大する性質を持つ。学びの対象における年齢層の拡張や、学習構造における世代的拡張がこれに当たる。これらに加えて、今回「消費」という社会的行為(事象)を扱うにあたって、そこに登場するアクターとしての「消費者」に加え、生産・流通を担う「企業」もプログラムの過程に加わってもらった。「消費者保護」の観点に拘るならば、ともすれば企業は消費行動におけるカウンターパート、悪く言えば消費者の「敵」とさえ見なされることがある。ここに消費者教育推進法の基本理念たる「消費者市民社会の構築」を考えた時、消費者と企業は、共により望ましい消費者市民社会を作り上げるパートナーとして協働する関係になる必要がある。ここに、より適切な消費者教育によって、ともに利益を共有するステークホルダーとして、これを担うアクター(登場人物)の多層化を、プログラムの特徴として位置付けておきたい。

5 終わりに～今後の課題と可能性について

今回の取り組みは、基本的に大阪府による消費者教育事業、特に大学生期という比較的若い年齢層をターゲットとした啓発・教育計画の推進である。ただこの枠組みについては、前記したように大阪府のみにとどまるものではなく、今後他地域、より広い年齢層、そして、行政や企業のより多くの層を巻き込んだ、より大きな枠組みへと広がることを目指している。冒頭述べたように、今回の取り組みにおいては大学生が対象であるものの、残念ながら教育組織としての大学の特性は必ずしも十分生かされてはいない。また、企業の側の関わりについても、「交流会」という形で多くの参加を得られたものの、双方にとっての具体的メリットを明確に打ち出すところには至らなかった。そのほか、参加人数や広報の仕方、予算の問題、行政域を超えた拡大の方向性など、継続的な実施に向けて、まだまだ多くの課題が残っている。ただ、今回の取り組みにおいては、次代を担う消費者市民たる「学生」、地域社会における基幹教育組織としての「大学」、消費における一方の端を担う「企業」、そしてこれらを繋ぐ紐帯となり得る「地方公共団体」の四者が「消費者市民

社会の生成」という共通の課題意識のもと(おそらく初めて)出会ったものであり、今回の取り組みを端緒として、今後さらなる組織的連携と、消費者市民の再生産に向けて、次年度以降に向けたきっかけと位置付けた。¹⁰

注

- 1 和歌山大学教育学部提供、南大阪地域大学コンソーシアム単位互換課目「消費生活論」、平成26年度、27年度、29年度文部科学省「『連携・協働による消費者教育推進事業』における消費者教育推進のための実証的共同研究」など
- 2 平成28年度大阪府消費生活センター『大学生期における消費者教育推進事業』『産学協働人材育成機構AICEを活用した大学生による消費者教育推進の取組～継続性のある仕組みづくりを目指して～』より
- 3 産学協働人材育成機構AICEは、平成24年度文部科学省「産業界のニーズに対応した教育改善・充実体制整備事業」に関わった大学・企業をはじめとする諸団体による組織であり、大学と産業界等とが協力しあって、産官学地域協働による実践的な人材育成を行う産学協働による人材育成のためのプラットフォームである。
- 4 企業との交流に関しては当初の委託項目には存在しないものの、社会における消費者教育活動を担う重要な一角として、我々が独自に提案したものである。これこそが、「産学協働」の人材育成を担う組織としての強みであり、我々自身が「消費者市民」として積極的に社会に働きかけている証左である。
- 5 この講座は、将来的には大学における単位認定を想定しており、今後、特に「産学協働人材育成機構(AICE)」に加盟する大学の参画状況に応じて、そのまま単位認定に繋げられるカリキュラムマネジメントを行なっている。
- 6 『平成28年度文部科学省「連携・協働による消費者教育推進事業」における消費者教育推進のための実証的共同研究報告書』、岡崎裕「あなたの選択が地球の未来をつくる」より
- 7 筆者によるこれまでの実践では、模造紙等を使ったプレゼンテーション資料のほか、すごろく、かるた、紙芝居、演劇パフォーマンス、イラストを使ったパンフレットなど多様な成果が示されている。
- 8 こうした消費社会に対する市民としての積極的関わりは、消費者教育推進法が意図する「消費者市民社会」の構築にあたって、ある意味で必須のことであるがゆえに、こうしたボランティア活動への積極的関わりと貢献を持って、今回の「消費者教育学生リーダー」として認定を行うこととした。
- 9 1980年代、フランスの哲学者ジル・ドゥルーズとフェリックス・ガタリは、こうした、特定の非権力的で中心を持たないネットワークの構造を持って「リゾーム」と呼び、それは現代においては、「インターネット」やそれに基づく「SNS」という形で体现されている。あえて和歌山的に言えば、巨人：南方熊楠の愛した「粘菌」の生育構造と比類されるものである。
- 10 平成28年度の事業実績に基づき、翌平成29年度も産学協働人材育成機構AICEと有限会社ダブルワークスから成る合同企業体が、今回に続く事業を担うこととなり、現在プログラムを継続中である。